ETOA

Costruire il futuro del turismo

Politiche dei visti
Dialogo con le destinazioni

www.etoa.org

Politiche dei visti

La proporzione dei turisti del mondo che scelgono l'Europa è in calo. Una politica dei visti e procedure di controllo frontaliero che facilitino gli arrivi sono essenziali per supportare la crescita nel numero di visitatori provenienti dai paesi emergenti. Solo il 17% di tutti i visitatori dei paesi UE viene da mercati a lungo raggio. Nel 2017, le destinazioni extra-UE hanno avuto uno sviluppo maggiore di quelle comunitarie: una media dell'8% per i paesi UE contro una media del 12% per i paesi non-UE dell'Europa del sud e del Mediterraneo, compresa la Turchia. L'attrattiva delle destinazioni extra-europee sta aumentando rapidamente, anche grazie alla possibilità di viaggiare senza visti o con procedure intelligenti come i visti elettronici. Le politiche dei visti restano particolarmente soggette a rischi politici.

Cosa c'è da sapere

- Il rischio di perdere quote di mercato sale con lo svilupparsi delle destinazioni extra-Europee.
- Il Codice dei visti Schengen è in corso di revisione.
- I rischi politici per le esenzioni dal visto rimangono significativi.

Obiettivi politici

- Valutazione obiettiva del rischio per aumentare il numero di nazioni esenti da visto.
- Riforma intelligente del Codice dei visti Schengen.
- Procedure di controllo frontaliero efficaci e accoglienti.

Attività

- Collaborazione con altri attori del settore, incluso il "Manifesto del turismo per la crescita e l'occupazione"
- Lavoro con la Commissione Europea, il Parlamento Europeo e i governi nazionali.
- Conduzione di sondaggi sui paesi di provenienza e pubblicazione dei risultati.

L'obligation d'obtenir un visa avant le voyage a un effet dissuasif. Seuls 3 à 4 % des vacanciers de l'UE en provenance de l'extérieur de l'Europe ont un visa, mais les citoyens des grands marchés d'origine en ont besoin, notamment la Chine, l'Inde, l'Indonésie, les Philippines et la Russie. Malgré des améliorations, les procédures de délivrance de visas Schengen restent problématiques et coûteuses.

Il fatto di dover chiedere un visto prima di viaggiare costituisce un deterrente. Solo il 3-4% dei turisti che arrivano nella UE da fuori Europa ha un visto, ma questo è necessario per molti grandi mercati di provenienza, quali Cina, India, Indonesia, Filippine e Russia. Anche se sono stati fatti progressi, il procedimento per ottenere un visto per i paesi di Schengen rimane problematico e costoso.

L'Area Schengen è uno dei grandi successi della UE. La possibilità di viaggiare senza frontiere tra 22 paesi UE e 4 paesi non-UE ha trasformato l'offerta di itinerari transnazionali, soprattutto per i visitatori di lungo raggio. L'introduzione del Sistema europeo di informazione e autorizzazione ai viaggi (ETIAS), atteso nel 2021, dovrebbe rendere più facile viaggiare senza frontiere ed aumentare il numero di mercati di origine esenti dall'obbligo del visto. Le relative tariffe dovrebbero essere mantenute al minimo e non essere usate come una tassa nascosta sul turismo.

Dialogo con le destinazioni

Le destinazioni turistiche devono essere luoghi piacevoli per residenti, lavoratori e visitatori. Con la crescita del turismo, cresce anche il bisogno di diversificare il prodotto e gestire la capacità in modo intelligente. Il crescere della richiesta, soprattutto in alcuni siti o nei periodi di picco, mette sotto pressione le attrazioni e le infrastrutture. Gli interessi a lungo termine di residenti e visitatori vengono persi in un rapporto conflittuale e manicheo. I problemi legati al turismo nelle città più famose fanno notizia, ma molte altre destinazioni ricaverebbero benefici da un maggiore flusso di visitatori, che costituirebbero un importante supporto per l'occupazione locale. Il turismo può aiutare.

Cosa c'è da sapere

- Gli amministratori locali controllano la maggior parte delle politiche e delle tasse sul turismo.
- L'opinione pubblica ha una grossa influenza sulle strategie delle destinazioni.
- Il valore aggiunto dai servizi di intermediazione turistica è spesso poco compreso.

Obiettivi politici

- Migliore gestione delle destinazioni e delle capacità, con tempi adeguati di preavviso.
- Una migliore esperienza da parte dei turisti, e nessuna tassa senza un miglioramento dei servizi.
- Migliore percezione e comprensione del turismo da parte del pubblico.

Attività

- Dialogo a livello locale, compresi gruppi di lavoro ETOA che coinvolgono propri membri ed amministratori locali.
- Seminari sullo sviluppo dei prodotti e i trend nei mercati di origine.
- Aggiornamenti operativi per i membri e ricerche sulle destinazioni.

I cicli elettorali sono brevi. Ma la pianificazione di strategie adeguate per le destinazioni deve essere fatta a lungo termine. Le città e le loro identità si evolvono, e i gusti dei mercati di origine cambiano.

Per essere efficace, la discussione delle politiche del turismo richiede una conoscenza profonda del mercato, cooperazione con i residenti e disponibilità al cambiamento. Il compito delle attrazioni è quello di conservare e rendere disponibile il patrimonio culturale. Quello delle destinazioni è di difendere gli interessi economici, ambientali e sociali a lungo termine della popolazione, compresi lo sviluppo dell'economia e il sostegno al settore.

Gli operatori del settore hanno l'obbligo di fornire ai propri clienti, da ovunque provengano, esperienze positive, migliorando e rinnovando sempre le proprie proposte. A lungo termine, il turismo avrà un impatto positivo se è integrato in modo intelligente con i piani ed i processi a livello locale.

Per maggiori informazioni contattare **policy@etoa.org**

European Tourism Association AISBL

Rue du Marché aux Herbes 61
1000 Brussels
Belgium

Costruire il futuro collegando, informando e supportando i nostri membri

Per entrare a far parte del nostro network di membri e partner in Europa e nei suoi mercati di origine nel mondo, vai su **www.etoa.org**

Progettato e prodotto da **ABC Design & Communications, www.abcdesignuk.com**